

2025年9月期（第19期）
第三季度 決算説明補充資料

株式会社aucfan <3674>
2025年8月14日



第三季度 执行摘要



< 合并业绩 >

- 与上年同期相比**营业收入微减，营业利润减少**
 - 营业收入 3,544百万日元(YoY98%)
 - 营业利润 29百万日元(YoY10%)
- 着眼于中长期增长，**推动现有事业转向海外事业，**
对“NETSEA MallLive^{*1}” “AP LAB^{*2}”等**海外事业实施先行投资**



< 修正合并业绩预测 >

- 使用在中国买入物料的**OEM公司自有品牌“AP LAB”**稳步增长
通过TikTok Shop、Amazon等进行销售，预计在**2026年9月期成为核心事业**
- 因此，于2025年9月期在**先行投资中投入资源和成本**
基于上述因素，**向下修正合并业绩预测**



< 股东回报 >

- **部分扩大股东优待的内容**

*1 NETSEA MallLive: 直播带货相关服务，详情参见P19

*2 AP LAB: 销售使用在中国买入物料的OEM公司自有品牌，详情参见P11・P12

		页数
1	2025年9月期 第三季度 决算概要	4
2	2025年9月期 修正合并业绩预测	9
3	TOPIX	15
4	关于股东回报	21
5	APPENDIX	25



解决方案事业稳步发展

由于对海外事业进行先行投资，合并业绩的收入和利润都减少

(单位: 百万日元)	业绩		
	上期 (2024年9月期)	当期 (2025年9月期)	YoY
营业收入	3,626	3,544	98%
-解决方案事业	1,929	2,176	113%
-平台事业	1,270	1,215	96%
-孵化事业	507	292	58%
-管理部门合并调整	▲80	▲140	-
总销售利润	2,037	1,728	85%
-解决方案事业	756	844	112%
-平台事业	961	869	90%
-孵化事业	461	154	33%
-管理部门合并调整	▲142	▲139	-
营业利润	286	29	10%
-解决方案事业	378	481	127%
-平台事业	83	▲0	-
-孵化事业	132	▲153	-
-管理部门合并调整	▲308	▲297	-
经常性利润	311	50	16%
当期净利润	210	▲31	-

【较上期增减的原因】

■平台事业

- NETSEA*1：因促销成本优化，GMV减少，但受益于前期的营利能力提升措施，Q3累计实现了收入增长，确保了营业利润
- 另一方面，以下两项新增事业的销售费用及一般管理费用增加
 - 直播带货服务“NETSEA MallLive”
与TikTok Shop开展系统合作，自动更新库存及销售状态。起步良好
 - OEM公司自有品牌“AP LAB”
自1月起开始销售，起步良好，已创下营业收入
为固定新增物料的销售，进行先行投资

■孵化事业

- 投资：基于继续持有的立场，经营投资有价证券等的销售收益低于上期

■截至Q2，发生收入和利润增减的其他主要原因

- 解决方案事业：“aucfan.com*2”因2024年7月实施的改价政策，付费营收增加
- 解决方案事业：“aucfanmarketing（广告运营）*3”方面，客户对提案和运营能力进行了评价，增加了现有物料的广告发稿。运营广告费有史以来最高水平
- 平台事业：“NETSEA拍卖*4”受到来自大型供应商的退货物料减少的影响，销售额和收益都大幅减少。2025年3月末完成了事业精简
- 海外事业：合并时对海外子公司中计入资产的软件保守性地进行了费用处理

■本期净损益

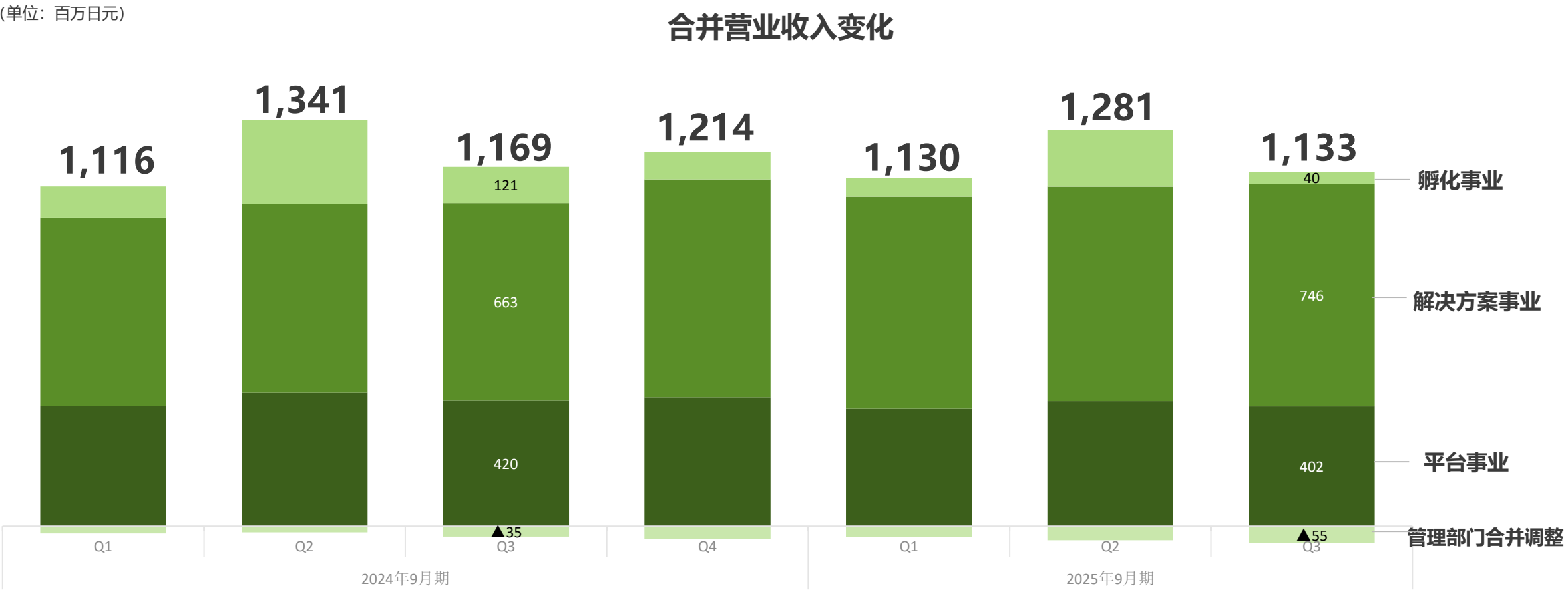
- 受撤离事业导致的非经常性损失以及法人税等影响，出现赤字

*1 NETSEA：日本国内的BtoB批发采购平台，详情请参考P35
*2 aucfan.com：网络购物/拍卖/跳蚤市场行情、统计比价服务，详情请参考P31
*3 aucfan marketing：面向EC运营商的营销援助服务，详情请参考P33
*4 NETSEA拍卖：退货、旧货、呆滞库存等的流动化援助服务

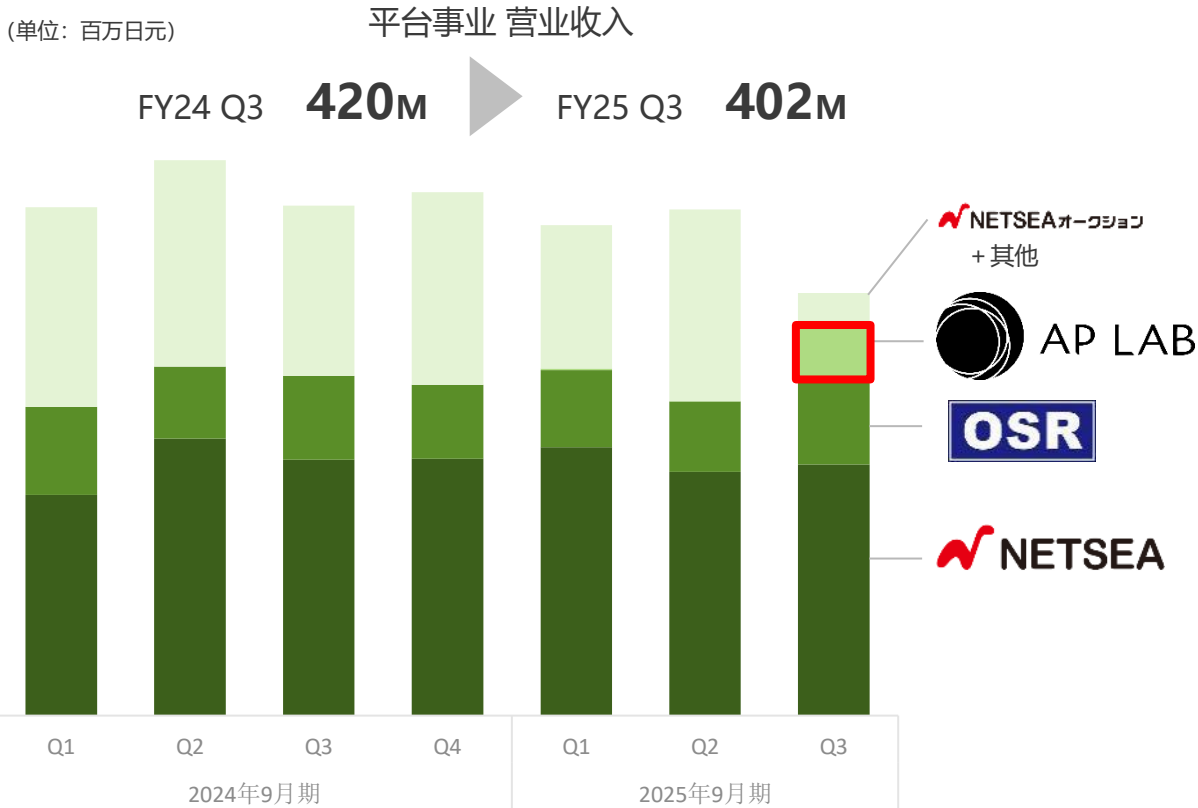
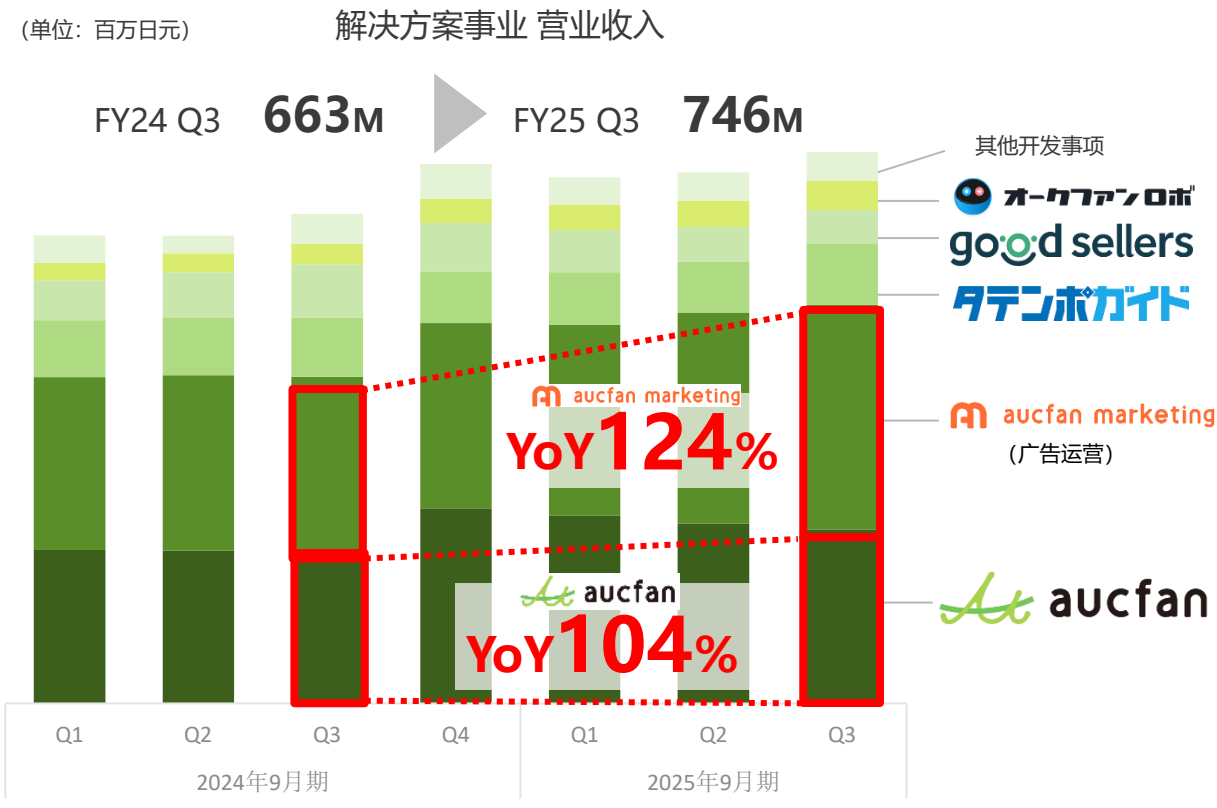
合并营业收入

虽然孵化事业中的投资营业收入减少，
但解决方案事业得到了大力发展，因此合并业绩大致持平

(单位：百万日元)



与上年同期相比，解决方案事业增加，
在平台事业方面，已在海外事业“AP LAB”创下营业收入

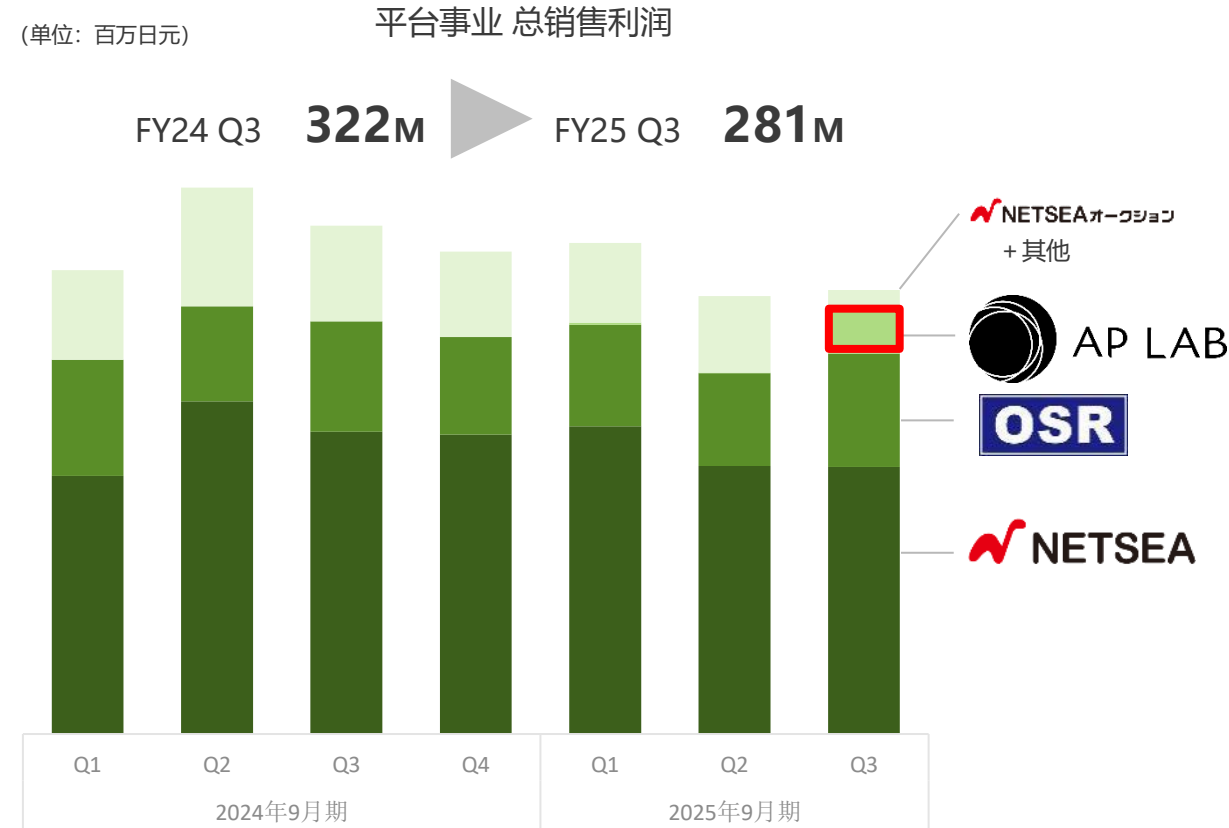
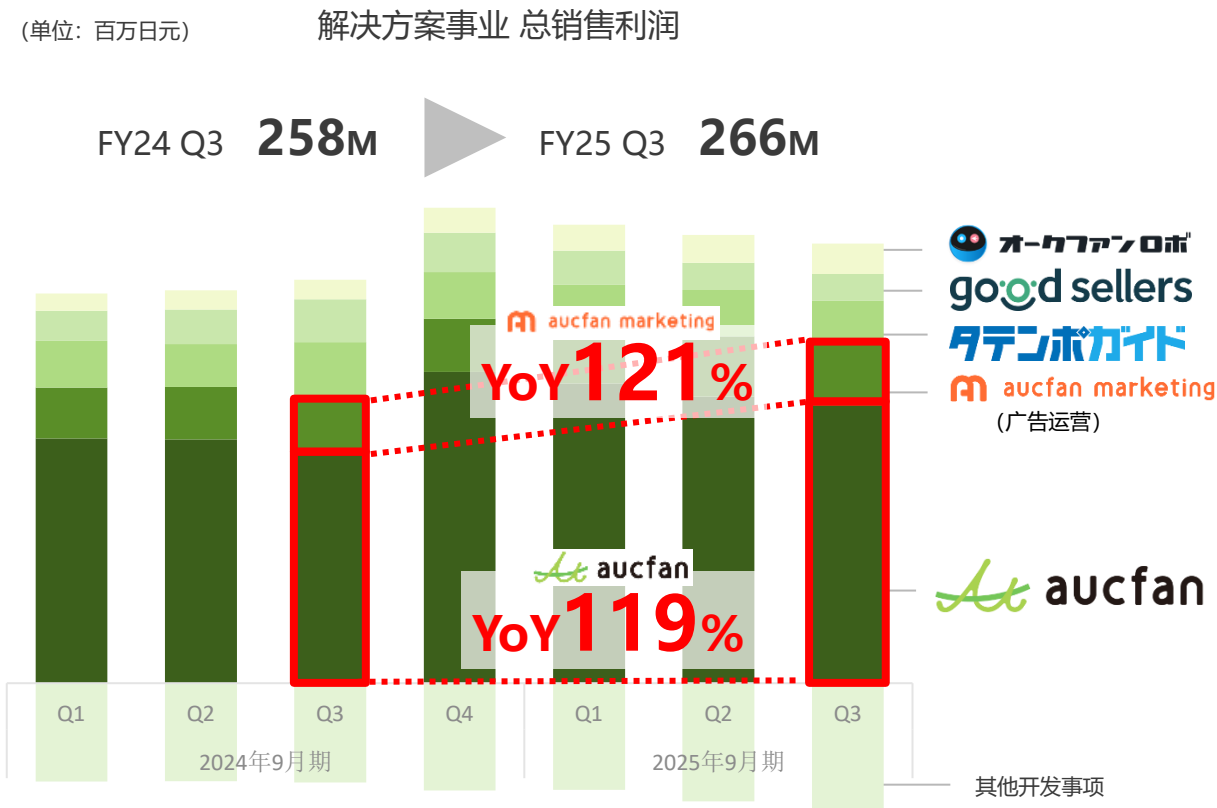


- aucfan.com的付费营收增加
- aucfan marketing (广告运营) 中的运营广告费增加

- NETSEA拍卖受到退货物料减少的影响而减少
- 2025年3月末完成了事业精简
- 推广OEM公司自有品牌“AP LAB”创下营业收入



总销售利润也随着营业收入而变化
推广OEM公司自有品牌“AP LAB” 创下营业收入



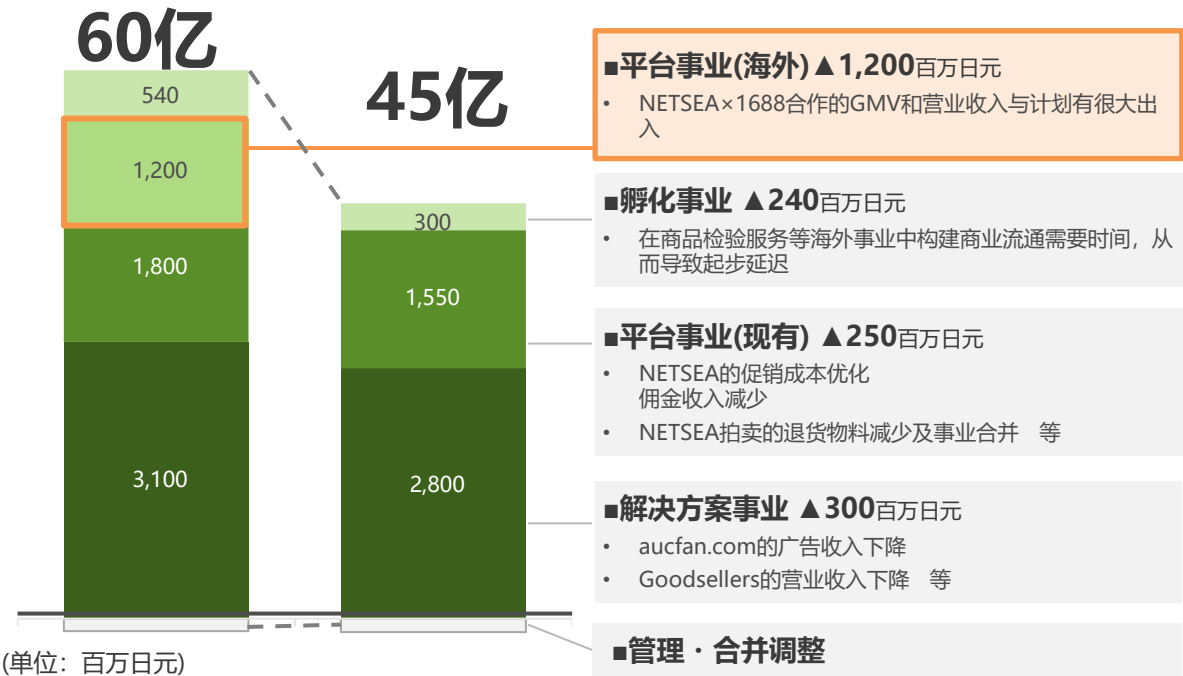


海外事业起步良好，但与计划存在差异
因此将在现有事业范围内实施事业的选择和集中

营业收入

NETSEA×1688合作远低于计划

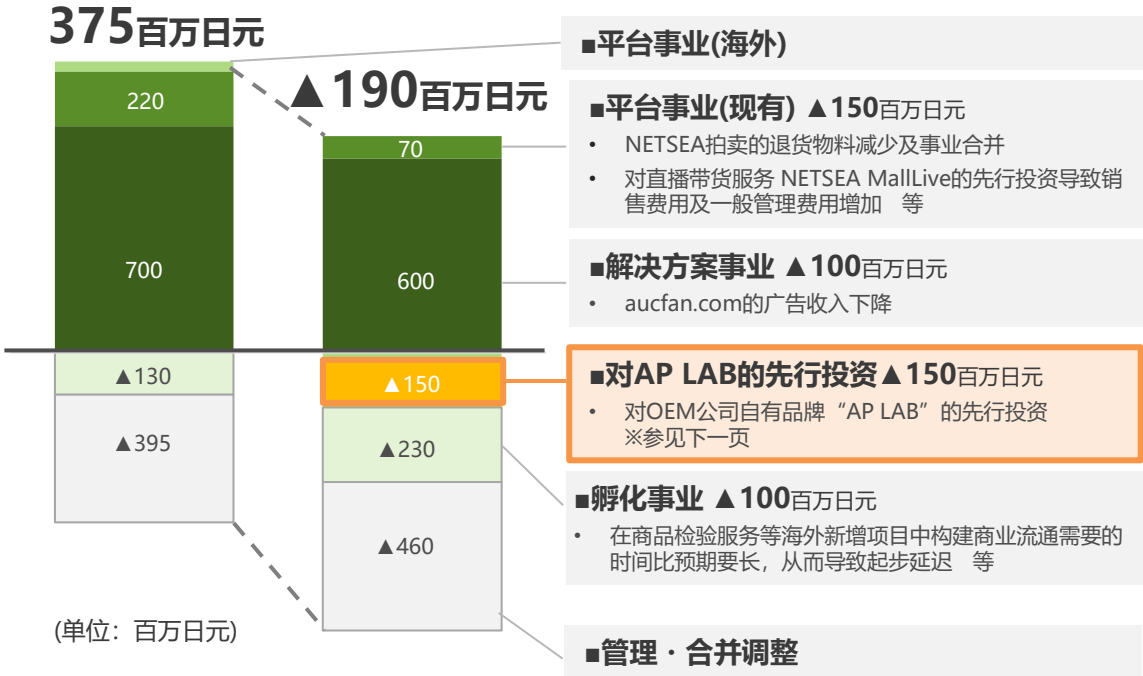
造成差异的主要原因



营业利润

对海外事业“AP LAB”“NETSEA MallLive”的
先行投资增加

造成差异的主要原因

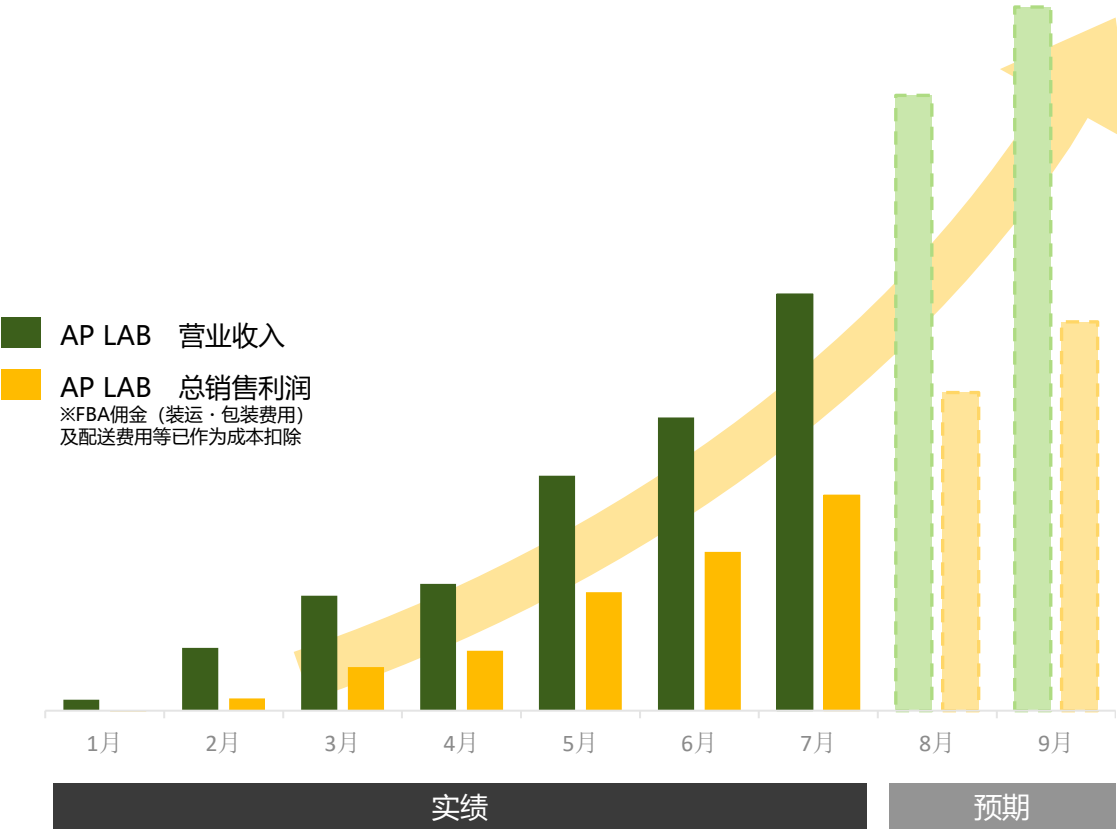


期初计划

预期

为将AP LAB作为下一财年度以后的主要创收服务，
在本财年度集中实施先行投资

AP LAB 营业收入・总销售利润的变化趋势



伴随商品投入的先行投资内容

调查・商品规划成本

品牌费用

推广费用

等

关于AP LAB

关于AP LAB



公司自有品牌以重新发现物品“本质的价值”，
并传递给客户为使命。利用工厂直采或OEM生产，
实现避免浪费的产品开发，
计划广泛推广丰富生活方式的原创商品。

【特点及品牌理念】

- 无缝连接工厂与消费者，使价值高效流通
- “感谢生产制造”及“推动循环型社会”
- 基于数据分析趋势及开发商品
- 拥有多样的商品阵容，提供“更好的选择”
- AP LAB的未来—“感谢价值，丰富社会”

畅销商品 实例



2025年9月期 修正合并业绩预测的主要原因

于6/30推出TikTok Shop，7月起正式开展直播带货事业
直播带货商品交易总额_{※1}在第一个月达到1,000万日元

直播带货 整体示意图



公司内部主播_{※2}的销售情况・销售额



公司内部主播的销售情况



※1: 包括自营TikTok Shop（公司内部主播直播）、OSR线下展览会上的买家直播销售等通过直播带货和短视频销售的商品的交易总额。
※2: TikTok Shop推出之前，为了调查市场情况以及理解客户需求，员工自己作为主播进行市场试销

修正合并营业收入为45亿，经营损失为190百万日元

此外，由于合并报表子公司递延所得税资产的提取等，修正当期净亏损为360百万日元

(单位：百万円)	期初预测 2025年9月期	本次修正后 2025年9月期	增减额	增减率
营业收入	6,000	4,500	▲1,500	75%
-解决方案事业	3,100	2,800	▲300	90%
-平台事业	2,500	1,550	▲950	62%
-孵化事业	540	300	▲240	56%
-管理部门合并调整	▲140	▲150	▲10	-
总销售利润	3,400	2,100	▲1,300	62%
-解决方案事业	1,300	1,100	▲200	85%
-平台事业	1,800	1,100	▲700	61%
-孵化事业	500	150	▲350	30%
-管理部门合并调整	▲200	▲250	▲50	-
营业利润	375	▲190	▲565	-%
-解决方案事业	700	600	▲100	86%
-平台事业	200	▲100	▲300	-
-孵化事业	▲130	▲230	▲100	-
-管理部门合并调整	▲395	▲460	▲65	-
经常性利润	360	▲170	▲530	-
当期净利润	190	▲360	▲550	-

- 记入受撤离事业导致的非经常性损失
- 因审查主要合并报表子公司的递延所得税资产的可回收性，而产生额外的税款费用





以中国为据点在海外BtoB市场开展事业活动

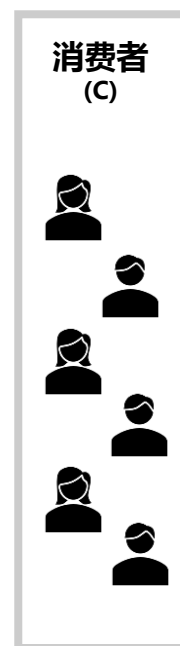


*1 大阪义乌市场：其在2025年5月15日发布的“2025年9月期第2季度决算补充说明资料”中称为日本义乌好货。在项目进行过程中更改了名称。

※海外事业被视为新事业，因此在企划阶段是作为孵化事业而开展的，但对于已启动业务并确定销售渠道的事业，则是根据交易的属性，在平台事业内开展。

将多种多样的中华区商品（义乌市场、阿里巴巴1688、其他）通过集团服务（NETSEA、OSR、直播带货）提供给日本国内

1. 提供商品



构建Appreciator*₁网络

*1 Appreciator: 本公司定义的客户群（SmallB: 个体经营者、副业人员、头部主播等）的称谓。详情参见P23

平台事业	
To JAPAN	提供商品 ②中国商品展览会 「大阪义乌市场」「阿里巴巴1688好货」
扩大销路	③NETSEA × 1688合作 ④直播带货 ⑤AP LAB (推广OEM公司自有品牌)

2025年6月 “大阪义乌市场” 开业，举行了开业典礼
中国义乌市副市长、中日两国政府官员、相关企业和集团客户等，约70名人员出席



通过与集团客户进行积极的意见交流
共同分享了拓展未来市场和建设流通网络面临的挑战和期望

平台事业

To JAPAN 提供商品 ②中国商品展览会
「大阪义母市场」「阿里巴巴1688好货」

③NETSEA × 1688合作

扩大销售 ④直播带货

⑤AT LAB (中国) (中国) (中国) (中国) (中国)

2025年6月30日 推出TikTok Shop的同时
TikTok Shop商城 NETSEA MallLive 开业

直播带货 整体示意图

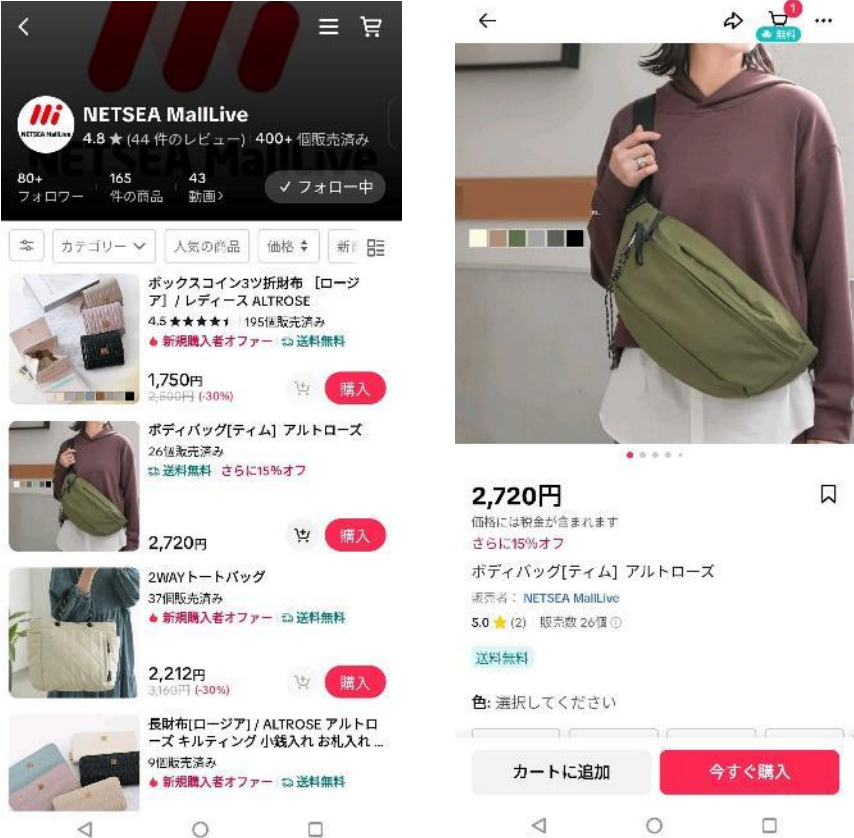


与  NETSEA 开展系统合作，为TikTok主播提供商品
让TikTok主播可从已注册的商品中自由选择

直播带货商品交易总额※1在第一个月达到1,000万日元

※1：包括自营TikTok Shop（公司内部主播直播）、OSR线下展览会上的买家直播销售
等通过直播带货和短视频销售的商品的交易总额。

TikTok Shop商城店铺



认定中国的TikTok Shop分析工具
『Kalodata』的国内授权零售商

直播带货 整体示意图



面向厂商・主播进行销售

■运营公司
高帆破浪科技（浙江）有限责任公司

■费用
入门计划
专业计划
企业计划

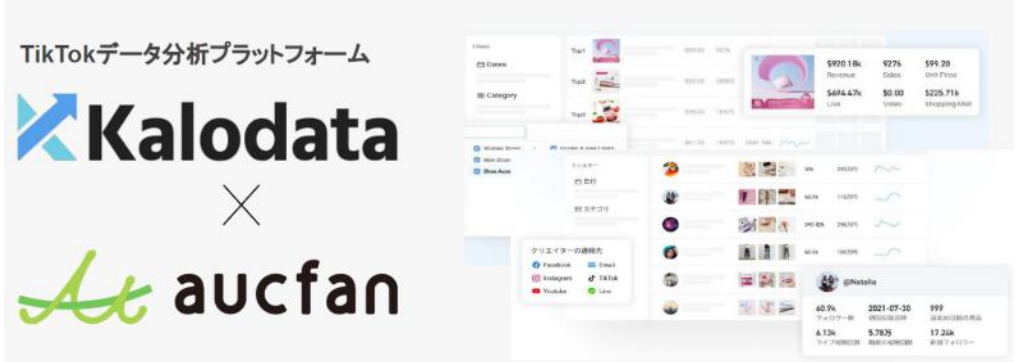
8,499日元/月
16,999日元/月
71,999日元/月

Copyright © aucfan Co.,Ltd. All Rights Reserved.

■关于资料申请和免费内测

<https://go.aucfan.com/kalodata/request>

关于Kalodata



类别分析

将每个商品类别的收益、增长率和竞争情况进行可视化，从而确定当前应重点关注的蓝海行业和快速增长行业。

商品分析

将所有商品的营业收入排名、新商品的关注度以及高潜力项目进行可视化。还可观看“爆款”视频，分析成功的营销策略。

商铺分析

全面掌握人气TikTok Shop账号的营业收入的变化趋势、经营的商品、合作创作者等。也可将其运用于竞争商铺的战略研究中。

创作者分析

根据最畅销、增长最快和最新的创作者等，详细掌握相关的商品、收益、发布的视频及人气内容等。



关于股东优待

部分扩大2024年9月起恢复实施的**股东优待制度**

目标股东

以每年9月30日为基准日登记在公司股东名册上的持有**3手（300股）以上公司股票**的股东

股东优待内容

根据公司股票持有数及持有年数，将以下相应金额的“**QUO卡*1**”如愿赠送给目标股东

持股数	持股不满1年	持股1年以上
300股以上	变更前800日元价值→ 1,000日元价值	变更前1,200日元价值→ 1,500日元价值
500股以上	变更前2,500日元价值→ 3,000日元价值	变更前4,000日元价值→ 5,000日元价值
1,000股以上	变更前6,000日元价值→ 7,500日元价值	变更前9,000日元价值→ 12,000日元价值



*1：预定赠送数码礼品“QUO卡Pay”。

赠送时间

预定在每年12月月中赠送

关于股息

鉴于公司所处的市场环境及全球形势，继续对此进行研究

我们将客户即**SmallB（个体户）、副业头部主播**定义为**Appreciator**，除了利用aucfan.com、NETSEA的人以外，还将**目标扩展至SNS主播**。
未来我们还将继续构建方便他们**跨境展现自我、实现自我的基础设施**。

We Are
Appreciators!

Appreciate具有“估价、感谢、欣赏、增值、赏识”等含义。

即，Appreciator是指“能发现真价值，并赞美价值的人”

某些国家“尚未发现的价值”还处于沉眠状态。

我们还希望作为一名Appreciator去发现人类的真价值、社会的真价值及事物的真价值，
创建一个不断循环的社会。

Re-Infra Company





	页数
1 关于aucfan集团	27
2 关于事业	28
3 服务详情	31
4 海外业务举措	37
5 参考指标 其他	45
6 公司概况	47

自学生时代起至目前为止**创立的事业始终如一**

2000年

● 大学在读期间，作为个体户**开始商品的拍卖销售**

2007年

● **成立株式会社Defacto Standard**，就任董事长
※当前业务名称：购物品牌 “Brandear”

2013年

● 接手 “拍卖商品统计信息记录（临时）”，**开启媒体运营** ※现在的aucfan.com

2015年

● 株式会社Defacto Standard拆分设立出媒体事业，**成立株式会社aucfan**，就任董事长

2020年

● **在东京证券交易所 MOTHERS市场上市**（证券代码3674）

2022年

● 日本国内最大的BtoB批发商城 “NETSEA”
呆滞库存流动化服务 “ReValue”
通过M&A将网店运营一体化管理系统 “TatempoGuide” 集团化

2024年

● 将Corporate identity重新定义为 “**Re-INFRA COMPANY**”，
构建独一无二的整合了社会各种 “Re” 的基础设施。

2025年

● 通过M&A将线下展览会业务 “**OSR大阪船厂分销商业中心**” 集团化

● 通过事业受让，开始提供Amazon卖家专属应用程序 “Amacode”

● 成立以中国海南岛为据点的海外子公司
“**傲可凡（海南）网络科技有限公司**”

● 在日可购买的义乌市市场商品展览会
“**日本东京义乌好货**” 开业
※2025年6月迁址扩大为 “大阪义乌市场”

● 在义乌市场内以国家馆形式成立的日本首家
“**义乌 日本国家馆**” 开业

● 中国商品的OEM公司自有品牌
开始销售 “**AP LAB**”

【代表资料】



武永 修一
(Takenaga shuichi)
株式会社aucfan
董事长

1978年 出生
籍贯山口县
京都大学法学部毕业

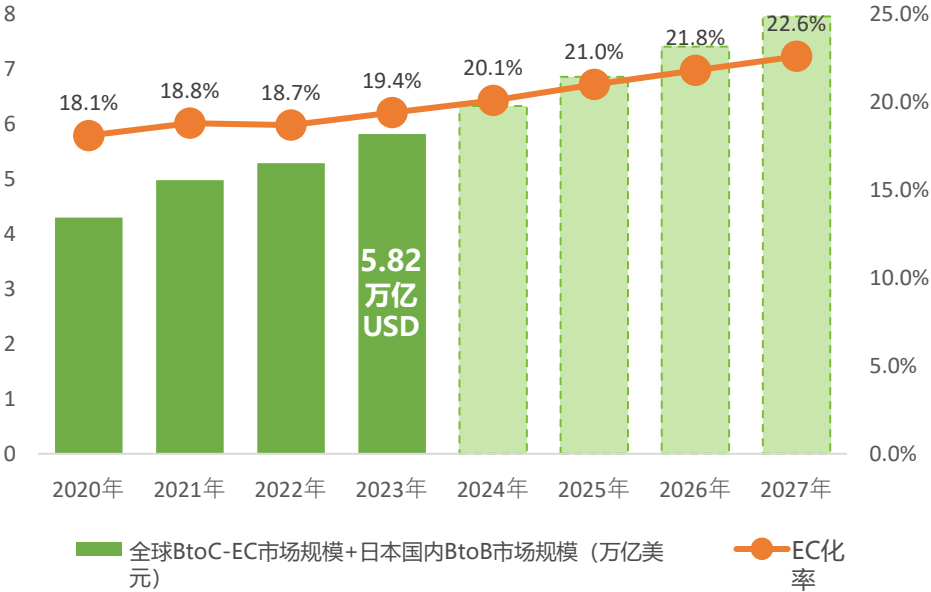


Copyright © aucfan Co.,Ltd. All Rights Reserved.

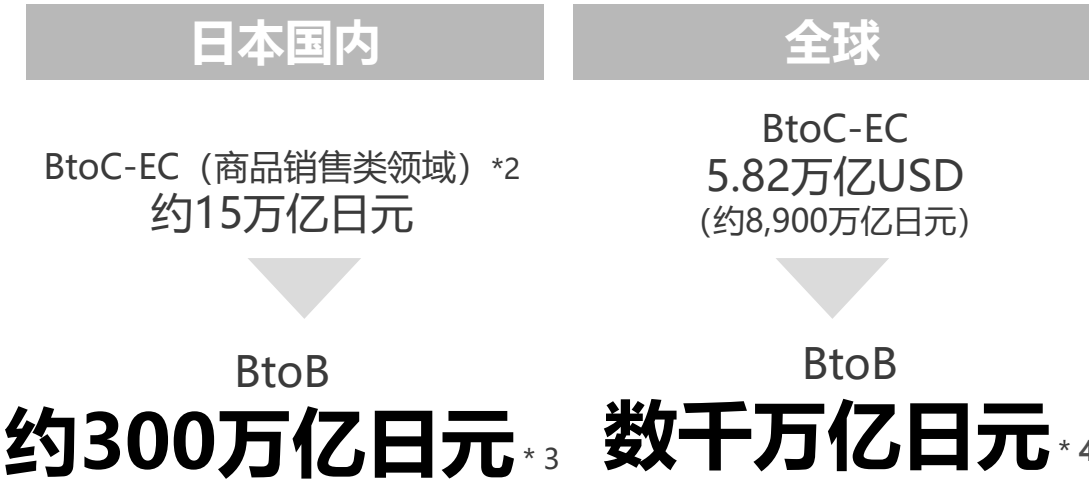
27

包括海外在内BtoB批发规模达数千万亿日元

全球BtoC-EC市场规模 *1



BtoB批发 市场规模



*1 经济产业省 2024年9月25日发布 源自电子商务相关市场调查 <https://www.meti.go.jp/press/2024/09/20240925001/20240925001-1.pdf>
P97 “图表7-4：全球BtoC-EC市场规模（单位：万亿美元）”
*2 源自该市场调查P31 “图表4-3：商品销售类领域的BtoC-EC市场规模”
*3 源自该市场调查P87 “图表6-4：BtoB-EC市场规模的行业明细”
*4 参考日本国内BtoC-EC市场规模与日本国内BtoB批发市场规模的比率，我公司推测出的全球BtoC市场规模



在以下3个事业分部开展各服务

解决方案事业



EC、拍卖、跳蚤市场对比、检索服务



面向EC运营商的
市场营销援助服务



网店的
一体化管理系统



副业援助服务



无需专业知识的
RPA工具

平台事业



BtoB批发采购平台



在大阪船厂拥有据点的
贸易展览及洽谈会事业



通过从中国采购实现
OEM品牌发展

孵化事业



以中国为据点的**海外事业**



Aucfan Incubate
投资事业

开发其他新事业



混合SaaS、GMV付费收益及销售收益

解决方案事业

ARR^{*1}
(付费金额)

账户数

×

年付费金额

主要的目标服务



平台事业

GMV
付费收益

商品交易总额

×

手续费率

主要的目标服务



*1 Annual Recurring Revenue的缩写，年付费收入金额

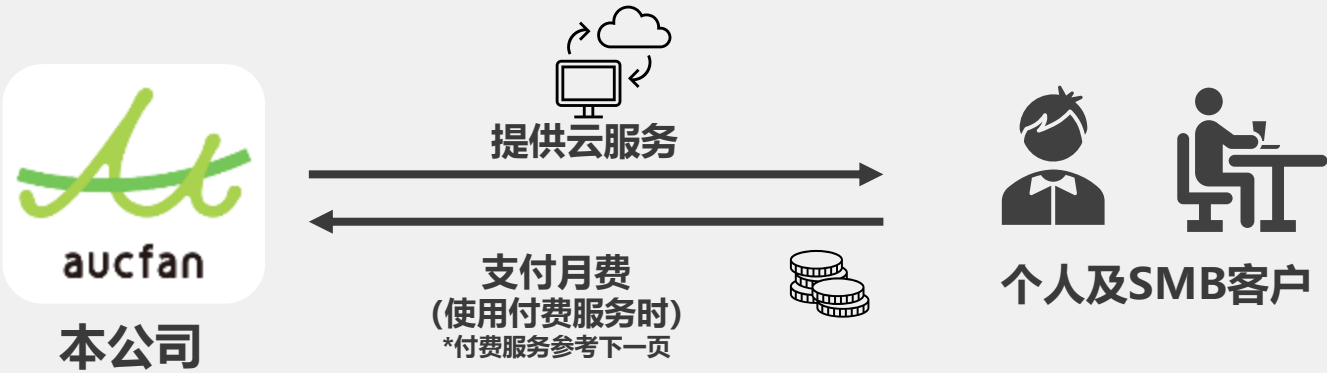


网络购物/拍卖/跳蚤市场行情、统计比价服务

- 使用费：**免费**
※高级服务的月费为2,000日元（不含税） ※2024年7月改价后的费用
- 提供的功能：网络购物/拍卖/跳蚤市场网站的统一检索、拍卖/跳蚤市场网站的过去中标行情检索、拍卖展出支持工具的提供



商业模式



Aucfan 付费服务

aucfan高级会员



用于更好地使用aucfan.com 的高级会员功能

- 使用费： 月费2,000日元（不含税） ※2024年7月改价后的费用
- 提供的功能：10年内的中标行情检索、期内总结检索、投标预约工具、我的书签、检索Alert、轻松展出工具、展出模板保存 等

aucfan专业版Plus会员



专业人员使用的行情检索、数据分析工具

- 使用费： 月费10,000日元（不含税）
- 提供的功能：Yahoo! Shopping分析、拍卖行情检索及数据分析、Amazon查找、全球EC网站比较、其他EC支持工具的提供 等

aucfan机器人



即便不具备专业知识也能直观操作的RPA工具

- 使用费： 月费120,000日元 ~（不含税）
- 导入示例： 竞品调查、库存下单、接单处理、寄送单据制作、人事劳务业务等后台业务 等

aucfan marketing (aucfan市场营销)

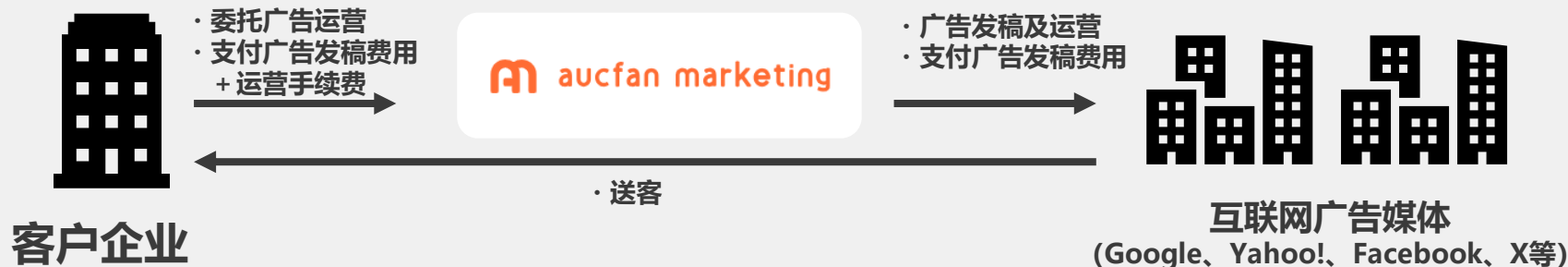
面向EC运营商的市场营销援助服务

- 提供价格及手续费：单独报价
- 援助内容：广告运营、Web解析、创意制作、SEO引流
电子杂志编写、YouTube渠道运营
市场营销战略立案、LP改善、品牌创建等
- 特点：①迅速且高品质的不吝资源的运营体制
②通过保证销售额的KPI设定达成目标
③制作改善EC引流成果所需的LP及横幅
- 示例：部分上市的大型体育俱乐部（运营7年以上）
大型化妆品企业（运营3年以上）



商业模式

(代理广告运营时)



繋げる世界 広がる未来

go:gd sellers (商品卖家)

创建一个持续体验买卖本质乐趣的场所的副业援助服务

- 使用费： 针对提供的每一种服务单独
- 示例： eBay越境ECセラー育成支援サービス



- [说明会内容]
- 出口业务教材 “注册篇”
 - 出口业务教材 “实践篇”
 - 出口业务差价商品清单15选
 - ReValue BtoB商城 优惠券



商业模式



讲师团

- 具专业性和实践性的技术知识
- 工具使用方法
- 建议



支付讲师费用



- 提供副业技术知识
- 提供社群
- 开设副业援助学校
※仅限申请人



入学时支付听课费



SMB
(副业个体户)



日本国内最大
BtoB批发采购平台

- 使用费： 供应商 月费25,000日元 (不含税)
+ 成交手续费8.5% ~ 10.5%
买家 免费 *1

- 特点： 买家注册数 约50万家公司以上
年商品交易总额 约100亿日元
※截至2025年6月



商业模式



*1 一部分含付费服务 “NETSEA Prime”。



OSR大阪船厂分销商业中心

在大阪船厂拥有据点的贸易展览及洽谈会事业

- 使用费：
 - 供应商 会费10,000日元/月（不含税）
 - + 常设基础展位费15,000日元/月（不含税）
 - + 应收账款收款手续费5%
- ※上架时额外收取保证金50,000日元（退会时返还）

买家 免费

- 特点：
 - 每月第一个周日、周一、周二
 - 及第三个周一和周二举办贸易展览及洽谈会
 - 年商品交易总额 约30亿日元
- ※截至2025年3月



商业模式



以中国为据点在海外BtoB市场开展事业活动



① 义乌日本国家馆NETSEA CHINA



当期（2024年9月期）回顾



2024年8月 在义乌市场内以国家馆形式成立的日本首个“**义乌日本国家馆**”正式开业

订单与  NETSEA CHINA *1 联动
创造线下与线上相融合的商品交易

下期（2025年9月期）举措



扩大上架商品
开始涉及日本“当地物料”
“亚文化物料”等



扩张展览会据点
・利用义乌市场在世界各国的据点
※图片为示意图
(迪拜的义乌市场)



・在中国各地举办展览会
※图片为示意图
(上海展览会展台情况)

②日本东京义乌好货



当期（2024年9月期）回顾



2024年3月 东京马喰町
日本东京义乌好货开业
2024年6月 邀请义乌市委员会及义乌商城
副社长 进行高层会谈

下期（2025年9月期）举措

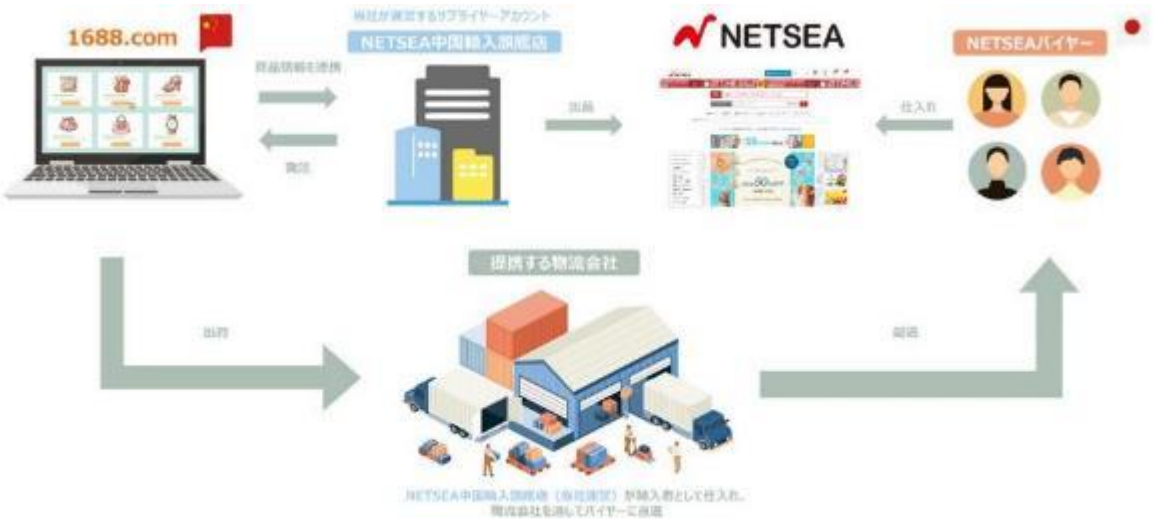
扩大据点展览商品

- 扩大大阪等据点展览商品
- 扩大销售范围，以OSR为首向集团各公司顾客销售
- 完善关税、物流及结算等，构建日本买家丝滑购物机制
- 亦支持日本厂商的PB及OEM

③NETSEA×1688合作-1



当期（2024年9月期）回顾



2024年9月期 与阿里巴巴集团运营的中国最大
B2B贸易平台
“1688.com” 开展API合作

下期（2025年9月期）举措

数百件

数十万件

- 扩充商品上架数
- 提升商品信息的翻译精准度
- 提供物流/结算/供应商谈判等功能，与从日本供应商采购时相同



日中翻译

利用集团公司的资源，倾力于提高
“翻译精准度”， 扩充 “商品上架数”



③NETSEA×1688合作-2



下期（2025年9月期）举措

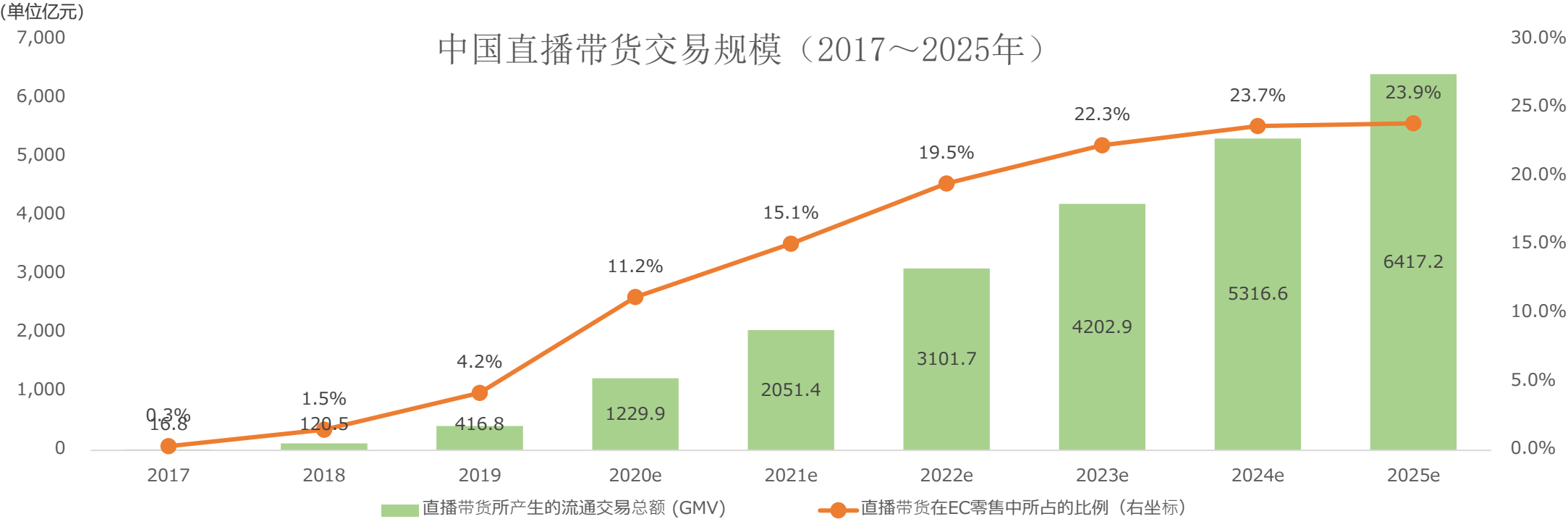
日本买家通过在日本国内的交易购买1688.com上的商品，
推广利用公司的**集团服务**，向日本国内外的消费者销售商品的机制



④直播带货-1 市场规模



关于最前线的中国直播带货市场规模，预测中国最大的直播带货企业字节跳动等于2025年发展到**约137万亿日元^{*1}**，**日本市场也将在2025年急速扩大**



※1JETRO “以新的EC方式增强存在感的直播带货中国” 源自<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2022/bca31f7ca5265e62.html>
按照2024年11月11日的汇率 人民币 = 21.37日元进行计算

④直播带货-2 方案



下期（2025年9月期）举措

计划打造一项由主播主导的**中国商品一站式交易**服务



④直播带货-3 开展周边服务



下期（2025年9月期）举措

从义乌1688到本公司
直采营销



- 由本公司购入日本买家难以购买到的中国商品
- 在日本国内贸易平台销售

通过OEM推广公司自有品牌

AP LAB

Appreciate Product Lab

※申请中

公司自有品牌以重新发现物品“本质的价值”，并传递给客户为使命。
利用工厂直采或OEM生产，实现避免浪费的产品开发，计划广泛推广丰富生活方式的原创商品。

【特点及品牌理念】

- 无缝连接工厂与消费者，使价值高效流通
- “感谢生产制造”及“推动循环型社会”
- 基于数据分析趋势及开发商品
- 拥有多样的商品阵容，提供“更好的选择”
- AP LAB的未来 – “感谢价值，丰富社会”

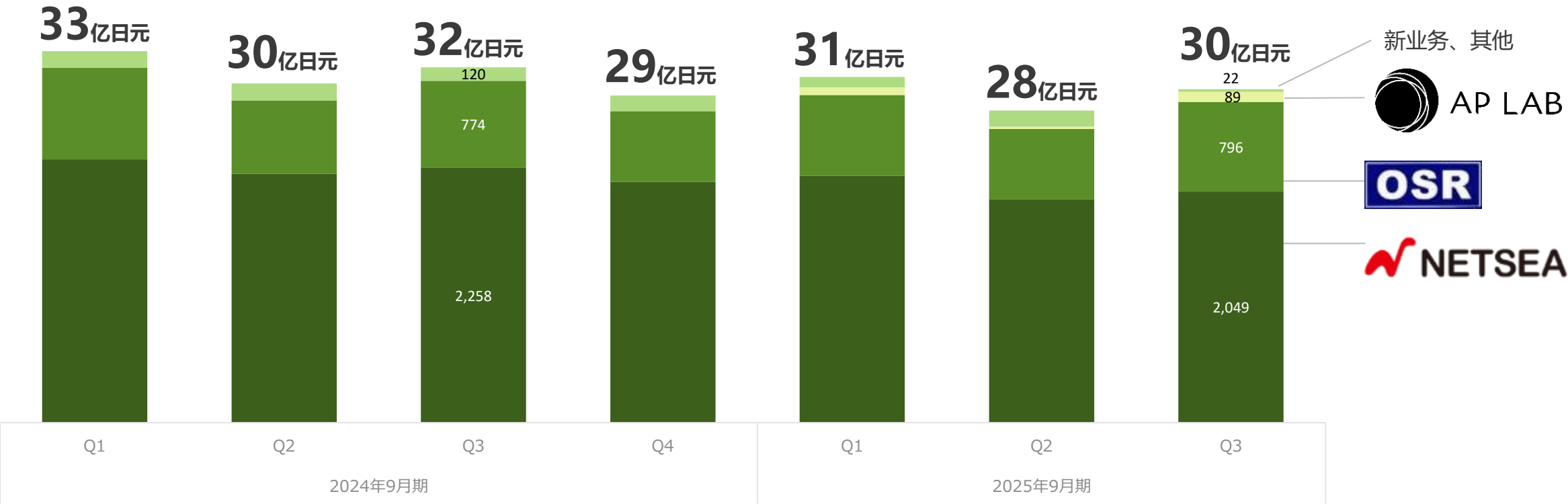
商品检验服务



- 构建中国物料独有的商品检验体制
- 对外提供商品检验服务

(单位: 百万日元)

GMV (商品交易总额) 变化



解决方案事业



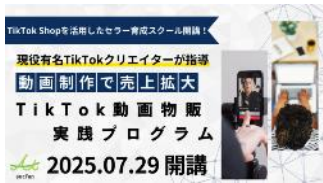
TikTok Shop相关
发布专门提供直播带货信息的
WEB媒体 “**直播带货通信 by aucfan**”

面向高级会员发布新功能
AI自动生成Yahoo!拍卖列表描述



与在众多媒体上亮相的讲师携手
利用Mercari
推出商品销售技术学校

TikTok Shop
相关学校开讲



拥有台湾本地厂商网络的
“**ViewEC集团**” 参加了NETSEA展览会



ViewEC 集团

■OEM支持

制作拉杆箱
“**ChromeLite**” 成为Amazon新品销冠!

接到的OEM支持订单累计突破2亿日元



■与合作伙伴企业共同努力

与浙江中国义乌小商品城集团共同参加
大阪世博会



※海外事业被视为新事业，因此在企划阶段是作为孵化事业而开展的，但对于已启动业务并确定销售渠道的事业，则是根据交易的属性，在平台事业内开展。

商业名称

株式会社aucfan (Aucfan Co.,Ltd.)
<https://aucfan.co.jp/>

地址

〒141-0001 東京都品川区北品川5-1-18
 住友不动产大崎TWIN大厦东馆 7楼

创业

2007年6月

资本金

9亿7,368万日元 (截至2024年12月末)

员工人数

186名 (截至2024年12月末)

※合并员工人数 (劳务派遣除外)

总公司办公室





免责声明

本资料中记载的计划、前景、战略及其他非历史事实的事项是基于制作本资料时当前可获得的信息而作出的未来展望，存在各种各样的风险及不确定性。实际成果有可能因经营环境的变化等而与这些展望有巨大区别。此外，本资料中记载的与我公司及我公司集团以外的企业等相关的信息引用自公开信息等，不保证信息的准确性等。

关于注册商标及商标

本资料中登载的公司名称、企业标识、产品名称、服务名称及品牌等属于株式会社 aucfan 或相应各公司的注册商标或商标。

未经本公司许可，不得复制和转载本资料的部分或者全部内容。

